

แรงจูงใจที่จะตัดสินใจอย่างถูกต้อง และเส้นทางการยอมรับข่าวสาร

นางสาวจวงจันทร์ หอมจันทร์นากุล



วิทยานิพนธ์นี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาการหนังสือพิมพ์ ภาควิชาวารสารสนเทศ

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2541

ISBN 974-332-565-4

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

MOTIVATION TO MAKE RIGHT DECISION  
AND THE ROUTE TO MESSAGE ACCEPTANCE

MISS JUANGJUN HOMJUNTANAKUL

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Arts in Journalism

Department of Journalism

Graduate School

Chulalongkorn University

Academic Year 1998

ISBN 974-332-565-4



จวงจันท์ หอมจันทนากุล : แรงจูงใจที่จะตัดสินใจอย่างถูกต้องและเส้นทางการยอมรับข่าวสาร (MOTIVATION TO MAKE RIGHT DECISION AND THE ROUTE TO MESSAGE ACCEPTANCE)

อ. ที่ปรึกษา : อ.ดร. ดวงกมล ชาติประเสริฐ, 85 หน้า. ISBN 974-332-565-4.

งานวิจัยเชิงทดลองนี้ เป็นการทดสอบแบบจำลองการโน้มน้าวใจ ที่เรียกว่า The Elaboration Likelihood Model (ELM) ที่ลูซี่ เฟาบุญมี ได้พัฒนามาจากแบบจำลอง ELM ที่เสนอโดย Petty และ Cacioppo

โดยตามแบบจำลองที่ได้พัฒนามานี้ ให้ความสำคัญกับแรงจูงใจที่จะตัดสินใจอย่างถูกต้อง ซึ่งเป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดเส้นทางที่ใช้ในการรับสารโน้มน้าวใจ โดยบุคคลที่มีแรงจูงใจที่จะตัดสินใจอย่างถูกต้องสูง จะตัดสินใจยอมรับสาร โดยอาศัยสิ่งประกอบการพิจารณาที่ตนเองคิดว่าน่าเชื่อถือ และจะช่วยให้ตัดสินใจให้ถูกต้อง สำหรับบุคคลที่มีแรงจูงใจที่จะตัดสินใจอย่างถูกต้อง และมีความสามารถที่จะคิดพิจารณาสาร จะอาศัยการคิดพิจารณาข้อโต้แย้งที่มีอยู่ในสารโน้มน้าวใจนั้น ก่อนที่จะตัดสินใจยอมรับ หรือไม่ยอมรับสาร ซึ่งกระบวนการดังกล่าว Petty และ Cacioppo เรียกว่า การวิเคราะห์ข้อโต้แย้งในสาร (Elaborate) แต่ในกรณีที่บุคคลนั้นมีแรงจูงใจ หากแต่ปราศจากความสามารถที่จะคิดพิจารณาสาร จะพยายามแสวงหาหนทางที่น่าเชื่อถืออื่นๆที่จะช่วยให้ตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง เช่นโดยอาศัยแหล่งบทความ แต่หากไม่มีแหล่งบทความ หรือนัยยะอื่นใด ก็จะมีหันกลับไปพิจารณาตัวสารแทน แต่ทั้งนี้ วิธีการพิจารณาสารของกลุ่มที่มีความสามารถต่ำ อาจจะแตกต่างกับการพิจารณาสารของกลุ่มที่มีความสามารถสูง

ผลการวิจัยที่ได้ ตรงตามที่แบบจำลองกล่าวไว้ ซึ่งผู้วิจัยได้อภิปรายผลการศึกษาที่ได้ โดยสะท้อนถึงแนวคิด และสมมติฐานต่างๆที่ได้มีการพัฒนามา และได้ทำการนิยามตัวแปรหลักบางตัวแปรใหม่ตามผลการวิจัยที่ได้

ภาควิชา .....วารสารสนเทศ  
.....การหนังสือพิมพ์  
สาขาวิชา .....  
ปีการศึกษา .....2541

ลายมือชื่อนิสิต .....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา .....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม .....

## 3970233028 MAJOR JOURNALISM

KEY WORD:

MOTIVATION TO MAKE RIGHT DECISION / ABILITY TO PROCESS / ROUTE TO PERSUASION / ELABORATION / RELIABLE CUES

JUANGJUN HOMJUNTANAKUL : MOTIVATION TO MAKE RIGHT DECISION AND THE ROUTE TO MESSAGE ACCEPTANCE. THESIS ADVISOR : DUANGKAMOL CHARTPRASERT

Ph.D. 85 pp. ISBN 974-332-565-4

The experimental research tests the modified version of Petty and Cacioppo's Elaboration Likelihood Model (ELM) as proposed by Suthee Phaoboome.

The modified version emphasizes the motivation to make a right decision as the factor determining the route to persuasion. In a persuasive situation, people with high motivation to make a right decision will make decision based on what they consider reliable cues. For example, people with ability to process the message may make decision by considering the arguments in the message, the process which Petty and Cacioppo called "elaboration." For those with high motivation but without ability to process the message might considered other reliable cues such as source credibility if exist. If there were no such cues to rely on, such as those encounter low credible, the way they approach the message might be different from those with high ability to process the message.


The results of the study supported the modified model. The researchers discussed the results of the study and its implication as reflected in the modification of the model postulates and the reconceptualization of majors variables.

ภาควิชา.....วารสารสนเทศ.....

สาขาวิชา.....การหนังสือพิมพ์.....

ปีการศึกษา.....2541.....

ลายมือชื่อนิสิต..........

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..........

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....



## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างยิ่งของ ดร.ดวงกมล ชาติประเสริฐ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่างๆที่มีประโยชน์อย่างมาก ต่อผู้วิจัย รวมทั้งขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.พีระ จิระโสภณ และรองศาสตราจารย์ รจิตลักษณ์ แสงอุไร ที่สละเวลามาเป็นคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ประจำภาควิชาวารสารสนเทศ และเจ้าหน้าที่ห้องสมุดคณะนิเทศศาสตร์ ทุกท่าน ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการค้นคว้าข้อมูล

ขอขอบคุณอาจารย์และน้องๆนักศึกษาจาก ม.สยาม ม.ศรีปทุม ม.เกษมบัณฑิต และมศว. ประสานมิตร

ขอขอบคุณพี่อ้อย น้องอีสต์ น้องจำ ปุก ตึก เบญจ นก แสง เดวิด พีติก ที่ยอมเหนื่อยยากช่วยเหลือทุกครั้งที่คุณวิจัยต้องการ ขอขอบคุณสำหรับน้ำใจและกำลังใจของเพื่อนๆปริญญาโท การหนังสือพิมพ์ และเพื่อนๆในกลุ่มทุกคน

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา-มารดา ที่คอยเลี้ยงดู อบรมสั่งสอนและเกื้อหนุนการศึกษาของผู้วิจัย ด้วยความรักและกำลังใจที่เต็มเปี่ยมเสมอมา

ผู้วิจัย

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ .....	ฉ
สารบัญตาราง .....	ณ
สารบัญรูป.....	ญ
บทที่ 1.....	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหานำวิจัย.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	5
บทที่ 2.....	
ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
ทฤษฎีการโน้มน้าวใจ .....	6
เส้นทางหลักและเส้นทางรอง.....	8
ความแตกต่างของเจตคติที่เกิดจากเส้นทางหลักและเส้นทางรอง.....	9
หลักฐานต่างๆที่เกี่ยวข้อง .....	10
หลักฐานที่ 1 : การหาความถูกต้อง .....	10
หลักฐานที่ 2 : ความแตกต่างในการใช้ความคิดพิจารณาสาร .....	10
หลักฐานที่ 3 : การพิจารณาสารแบบภววิสัย .....	12
หลักฐานที่ 4 : การพิจารณาสารแบบฉันทาคติ .....	16
การทดสอบแบบจำลองและการวัดตัวแปร .....	18
สมมติฐานการวิจัย .....	26
บทที่ 3.....	
ระเบียบวิธีวิจัย.....	28
ตัวแปรในงานวิจัย .....	28

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	32
การทดสอบแบบจำลอง และวิธีการวัดตัวแปร .....	35
บทที่ 4 .....	
ผลการวิจัย .....	36
บทที่ 5 .....	
อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ .....	46
รายการอ้างอิง .....	62
ภาคผนวก .....	
ก .....	64
ข .....	70
ค .....	73
ง .....	77
จ .....	81
ประวัติผู้เขียน .....	85



## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 แบบจำลองเมตริกซ์ของการสื่อสารการโน้มน้าวใจ .....	7
2.2 ตัวอย่างของแบบสอบถามที่ใช้วัดระดับความต้องการในการคิดพิจารณา .....	14
2.3 ตัวอย่างการวัดเจตคติ .....	22
3.1 ตัวแปรในงานวิจัย .....	28
3.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทดลอง .....	31
3.3 บทความที่กลุ่มตัวอย่างย่อยในแต่ละกลุ่มได้รับ .....	31
3.4 การทดสอบสมมติฐานตัวแปรด้านความน่าเชื่อถือ.....	32
3.5 การทดสอบสมมติฐานตัวแปรด้านน้ำหนักข้อโต้แย้งในบทความ .....	32
3.6 บทความที่กลุ่มตัวอย่างย่อยในกลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องต่ำได้รับ.....	33
4.1 ค่าเฉลี่ยของเจตคติในการยอมรับสาร ที่มาจากการใช้เส้นทางต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง ในสมมติฐานที่ 1 .....	37
4.2 การทดสอบความแตกต่างของเจตคติในการยอมรับสาร ที่เป็นผลเนื่องมาจากตัวแปร ด้านความน่าเชื่อถือของนิตยสาร ในสมมติฐานที่ 1 .....	38
4.3 การทดสอบความแตกต่างของเจตคติในการยอมรับสาร ที่เป็นผลเนื่องมาจากตัวแปร ด้านน้ำหนักข้อโต้แย้งในบทความที่นิตยสารนำเสนอ ในสมมติฐานที่ 1.....	38
4.4 ค่าเฉลี่ยของเจตคติในการยอมรับสาร ที่มาจากการใช้เส้นทางต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง ในสมมติฐานที่ 2 .....	39
4.5 การทดสอบความแตกต่างของเจตคติในการยอมรับสาร ที่เป็นผลเนื่องมาจากตัวแปร ด้านความน่าเชื่อถือของนิตยสาร ในสมมติฐานที่ 2.....	40
4.6 การทดสอบความแตกต่างของเจตคติในการยอมรับสาร ที่เป็นผลเนื่องมาจากตัวแปร ด้านน้ำหนักข้อโต้แย้ง ในบทความที่นิตยสารนำเสนอ ในสมมติฐานที่ 2.....	40
4.7 ค่าเฉลี่ยของเจตคติในการยอมรับสารที่มาจากการใช้เส้นทางต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง ในสมมติฐานที่ 3 .....	40
4.8 การทดสอบความแตกต่างของเจตคติในการยอมรับสาร ที่เป็นผลเนื่องมาจากตัวแปร ด้านความน่าเชื่อถือของนิตยสาร ในสมมติฐานที่ 3.....	41
4.9 การทดสอบความแตกต่างของเจตคติในการยอมรับสาร ที่เป็นผลเนื่องมาจากตัวแปร ด้านน้ำหนักข้อโต้แย้ง ในบทความที่นิตยสารนำเสนอ ในสมมติฐานที่ 3.....	42

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.10 การทดสอบปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความน่าเชื่อถือของนิตยสาร และตัวแปรน้ำหนักข้อโต้แย้งในบทความที่นิตยสารนำเสนอ .....	42
4.11 ค่าเฉลี่ยของเจตคติของกลุ่มตัวอย่างที่อ่านบทความที่มาจากความ น่าเชื่อถือต่ำ ในสมมติฐานที่ 3 .....	43
4.12 การทดสอบความแตกต่างของเจตคติในการยอมรับสาร ที่เป็นผลมาจากตัวแปร ด้านน้ำหนักข้อโต้แย้งในบทความที่นิตยสารนำเสนอ ในสมมติฐานที่ 3 .....	44
4.13 สรุปผลการทดสอบความแตกต่างของเจตคติ ที่เป็นผลเนื่องมาจาก ตัวแปรด้านความน่าเชื่อถือของนิตยสารและน้ำหนักข้อโต้แย้งใน บทความที่นิตยสารนำเสนอ .....	44
4.14 การทดสอบปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความน่าเชื่อถือของนิตยสาร และตัวแปรน้ำหนักข้อโต้แย้งของบทความที่นิตยสารนำเสนอ ในสมมติฐานที่ 2 .....	45
5.1 ค่าเฉลี่ยของเจตคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้สูง ในการทดสอบครั้งที่ 2 .....	52
5.2 การทดสอบความแตกต่างของเจตคติ ที่เป็นผลเนื่องมาจากตัวแปร ด้านความน่าเชื่อถือของนิตยสารของกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้สูง ครั้งที่ 2 .....	53
5.3 การทดสอบความแตกต่างของเจตคติ ที่เป็นผลเนื่องมาจากตัวแปรด้านน้ำหนัก ข้อโต้แย้งในบทความที่นิตยสารนำเสนอของกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้สูง ครั้งที่ 2 .....	53
5.4 ค่าเฉลี่ยของเจตคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้ต่ำ ในการทดสอบครั้งที่ 2 .....	54
5.5 การทดสอบความแตกต่างของเจตคติ ที่เป็นผลเนื่องมาจากตัวแปร ด้านความน่าเชื่อถือของนิตยสารของกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้ต่ำ ครั้งที่ 2 .....	55
5.6 การทดสอบความแตกต่างของเจตคติ ที่เป็นผลเนื่องมาจากตัวแปรด้านน้ำหนัก ข้อโต้แย้งในบทความที่นิตยสารนำเสนอของกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้ต่ำ ครั้งที่ 2 .....	55

## สารบัญรูป

รูปที่	หน้า
2.1 เจตคติที่เป็นผลเนื่องมาจากปัจจัยการรบกวน และน้ำหนักข้อโต้แย้ง.....	13
2.2 เจตคติที่เป็นผลเนื่องมาจากปัจจัยความต้องการคิดพิจารณา และน้ำหนักข้อโต้แย้ง.....	15
2.3 เจตคติที่เป็นผลเนื่องมาจากปัจจัยความเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ และน้ำหนักข้อโต้แย้ง .	16
2.4 แบบจำลอง ELM.....	17
2.5 เจตคติอันเนื่องมาจากความน่าเชื่อถือของหนังสือพิมพ์กับน้ำหนักข้อโต้แย้ง ในบทความที่หนังสือพิมพ์นำเสนอ .....	23
2.6 แบบจำลองใหม่ .....	27
3.1 ขั้นตอนของการทำการทดลอง .....	33
4.1 เจตคติอันเนื่องมาจากความน่าเชื่อถือของนิตยสาร และน้ำหนักข้อโต้แย้งในบทความที่ นิตยสารนำเสนอในสมมติฐานที่ 1 .....	37
4.2 เจตคติอันเนื่องมาจากความน่าเชื่อถือของนิตยสาร และน้ำหนักข้อโต้แย้ง ในบทความที่นิตยสารนำเสนอในสมมติฐานที่ 2 .....	39
4.3 เจตคติอันเนื่องมาจากความน่าเชื่อถือของนิตยสาร และน้ำหนักข้อโต้แย้งในบทความที่ นิตยสารนำเสนอ ในสมมติฐานที่ 3 .....	41
4.4 เจตคติอันเนื่องมาจากน้ำหนักข้อโต้แย้งในบทความที่นิตยสารนำเสนอ ในกรณีที่เส้นทางรองต่ำ ในสมมติฐานที่ 3.....	43
5.1 เจตคติในการยอมรับสาร อันเนื่องมาจากความน่าเชื่อถือของนิตยสาร และน้ำหนัก ข้อโต้แย้งในบทความที่นิตยสารนำเสนอ ในสมมติฐานที่ 2 ครั้งที่ 2 สำหรับกลุ่มที่มี ความรู้สูง.....	53
5.2 เจตคติในการยอมรับสาร อันเนื่องมาจากความน่าเชื่อถือของนิตยสาร และน้ำหนัก ข้อโต้แย้งในบทความที่นิตยสารนำเสนอ ในสมมติฐานที่ 2 ครั้งที่ 2 สำหรับกลุ่มที่มี ความรู้ต่ำ .....	54